

改變製程提升 才能接軌國際

這波巨浪沖向製造業者，製造業界許多新的名詞如雨後春筍地冒出，智慧化、數位化、4.0、雲端大數據、AI、區塊鏈這些對螺絲這個古老的行業來說就跟火星文沒什麼兩樣，但在各大研討會、國際大廠演說等，都不斷的提及這些轉變的重要性，顯示著這波浪潮也向螺絲業襲來，「升級」這個詞再也不只代表技術升級，更表示軟、硬體的升級。業者首先是聽到數位化，要將老師傅的智慧轉成大數據，然後又是智慧化，將決策交給電腦，這些聽起來與傳統產業格格不入的理念其實已經在國際分銷商悄悄的開始，然而若我們要繼續與國際大廠合作、距離縮得更短，這些改變將會是不可避免的投資。從拿到訂單開始到貨運到買主的指定倉庫，如何達成買主滿意的交貨期、品質、運送過程，都是我們戰戰兢兢努力的目標。

改變定價做法 幫助業者接單

螺絲業者與中鋼間有著微妙的默契，中鋼、中盤商、直接使用者，這盤根錯節的關係讓中鋼每季訂價變得相當困難。2019年末螺絲業界普遍接單不盡理想，且在外匯市場中台幣仍處於強勢狀態，導致企業競爭力降低，獲利更是減少許多，螺絲公會理事長蔡圖晉先生更直言：「2019年是螺絲業有史以來最艱困的一年！」有業者也指出，2019年年度統計看似不如傳言那麼嚴重，其實仔細思考就明白，那都是拜2019年1-9月所賜，目前所生產的單都是上半年接的，以業者角度預估2019下半年接單量會少，這波低潮要到2020年9月之後，若彼時能恢復正常就很不錯了。



四大改變 喚醒螺絲業競爭力

中鋼產品供應給各式各樣不同產業，將世界各地的價格納入參考，並針對不同鋼材做更細緻的價格分類，才能夠因應各種不同領域的需求找出全贏的方案。以螺絲業來說，面對貿易戰不確定性增高、區域貿易組織…等問題，在成本無法降低的前提下於國際市場競爭非常不利，業者也再度呼籲中鋼一定要考量到業界競爭力謹慎訂定盤價。

由業者反映，當今大部分都拿大陸原料盤價來和中鋼作比較。他們普遍認為台灣和大陸原料差價應在15%左右才是合理。台灣和大陸有些價差30%多，若再加台幣升人民幣貶，加上退稅又差5%，對台灣業者來說這個打不破的困境令人絕望。

改變產品價值 才能跟上時代

中鋼方面則是表示會全面考量各家業者的需求，盡力做到全贏的決定，但還是不斷向螺絲業者喊話，應往高值化方向發展才是正確的解方。確實台灣的螺絲產業發展至今轉向更高技術層面的產品才是出路，製造業如今也面臨一波重大轉變，無論是製程的改變或是產品的改變，都在在顯示螺絲業者目前面對的是變化更快速的環境，跟上腳步才能脫離被時代淘汰的命運，記得公會前理事長吳仲義先生常說的：「線材50%定律，就是說當線材原料超過您產品售價的50%，您就要趕快升級了！」以台灣現有供需模式是否適合未來再朝標準品路線，業者須要三思，現階段大者恆大，若要就須朝大型化發展，不然就得往少量多樣、標準客製化路線改變。

改變合作態度 共同抵抗困境

台灣螺絲三大組織，台灣螺絲工業同業公會、台灣螺絲貿易協會、台灣螺絲協會，對台灣螺絲業發展貢獻甚大，每個公協會特長不同，各司其職。面對全球風氣巨大的轉變，各大組織應更加團結，共同面對接下來螺絲業要面對的艱難困境，望向世界更大的版圖，將製造轉為銷售，相互合作展現台灣螺絲業者的專業及服務，結合內銷業者、外銷製造商及貿易商，打造堅不可摧的堡壘。

以筆者了解，全球各國公協會包括大陸、日本、美國、歐盟，各國國內公協會都超過10個以上，全球高達50個以上公協會，兄弟爬山各自努力，建議台灣的公協會也可以各找適合本身發展的公協會作交流，拓展商機，增進彼此的了解，互蒙其利。

最後，台灣今年也將迎接螺絲界最大的盛會—台灣國際扣件展，業者無不摩拳擦掌大展身手，希望在自己的主場展現出最好的一面給國際客戶。台灣螺絲業者幾十年前在國際上孤軍奮戰搶訂單的硬頸精神，到現在仍持續不懈，面對世界情勢的轉變，業者一定也能在這波浪潮中找到屬於螺絲的一片天。

